

**ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP
MINAT BELI PRODUK *SMARTPHONE* CHINA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

BILAL HAMDANI

B 100 136 001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2017**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:
**ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP MINAT BELI
PRODUK *SMARTPHONE* CHINA**

Yang disusun oleh :

BILAL HAMDANI

B 100 136 001

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 10 Januari 2017

Pembimbing

(Dr. Edy Purwo M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Triyono, SE., M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **BILAL HAMDANI**

NIRM : **11.6.106.02016.500.001**

Jurusan : **EKONOMI MANAJEMEN**

Judul Skripsi: **ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP
MINAT BELI PRODUK *SMARTPHONE* CHINA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan gelar atau ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 10 Januari 2017

Yang membuat pernyataan,


BILAL HAMDANI

MOTTO

Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah.

-HR. Turmudzi

Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua.

-Aristoteles

Waktu itu bagaikan pedang, jika kamu tidak memanfaatkannya untuk memotong,
niscaya ia akan memotongmu (menggilasmu).

-H.R. Muslim

PERSEMBAHAN

Sebuah karya tulis pertamaku kupersembahkan untuk :

- Allah SWT, karena atas izin dan karunianya skripsi ini dapat selesai pada waktunya. Puji syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT yang meridhoi dan mengabulkan segala do'a.
- Orang tua saya, Bapak Mulyono dan mama Almarhumah Wengsih Fantrilisna yang selalu memberi kasih sayang moril dan Materil serta selalu mendoakan saya untuk kesuksesan saya di dunia maupun akhirat. Ucapan terimakasih ini tidak akan pernah cukup untuk membalas kebaikan beliau. Abang sayang bapak sama mama.
- Abangku Sodik Ramadoni , adikku Muhammad teguh wicaksono, dan Ririn Mulyaningsih Mulyono.
- Yang terkasih, Miken Selly Pratama yang telah menjadi sahabat dan teman terbaikku. Terimakasih sudah sabar, tulus, membantuku dan juga selalu memberiku semangat dan juga doa. I Adore you.
- Sahabat-sahabatku Pebri Rama Jayandri, Wellden Wahyu, dan Weldha ,dewi lutfiyah, ana hastuti, citra ,mbak evy, mbak ivana, mas muad, mas bimo.

ABSTRAK

Penelitian ini menerangkan pengaruh ekuitas merek (kesadaran merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek) terhadap minat beli produk *smartphone* China yang mana data diambil dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dengan teknik pengambilan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner dengan skala Likert.

Hasil analisis data dapat disimpulkan sebagai berikut: yang *pertama* kesadaran merek, persepsi kualitas, loyalitas merek secara individual berpengaruh signifikan terhadap minat beli, yang *kedua* kesadaran merek, persepsi kualitas, loyalitas merek secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli, yang ketiga hasil uji R^2 sebesar 0,274 %, sedangkan sisanya sebesar 72,6 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Kata Kunci : Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek, Minat Beli.

ABSTRACT

This study describes the effect of brand equity (brand awareness, perceived quality, and brand loyalty) against China's buying interest smartphone products which data is retrieved from the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Surakarta. In this study the authors used quantitative research, the technique of taking purposive sampling with a sample size of 100 respondents. Data obtained by spreading the questionnaire with Likert scale.

The results of data analysis can be summed up as follows: first, brand awareness, perceived quality, brand loyalty individually significant effect on buying interest. second, brand awareness, perceived quality, brand loyalty is jointly have a significant influence on the buying interest, which third test results R^2 of 0.274%, while the remaining 72.6% is influenced by other factors not included in this research model.

Keywords: Brand Awareness, Perceived Quality, Brand Loyalty, Interests Buying.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP MINAT BELI PRODUK *SMARTPHONE* CHINA (Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)”.

Skripsi ini disusun guna untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama penyusunan skripsi telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, untuk itu tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Triyono, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si., selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. Edy Purwo, M.Si., selaku pembimbing skripsi yang dengan sabar dan tulus memberikan banyak masukan, arahan, dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
4. Bapak dan ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis selama masa studi.

Semua pihak yang telah membantu saya selama masa studi. Dengan selesainya penulisan skripsi ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, dan menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu penulis sangat berterimakasih apabila ada kritik dan saran yang bisa membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 10 Januari 2017

Penulis

Bilal Hamdani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah.....	2
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Ekuitas Merek	6
B. Kesadaran Merek.....	6
C. Persepsi Kualitas	7
D. Loyalitas Merek.....	7
E. Minat Beli	8

F. Kerangka Pemikiran.....	8
G. Hubungan Antar Variabel Dan Hipotesis.....	10
H. Hasil Penelitian Terdahulu	12
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	16
A. Variabel Penelitian	16
B. Data Dan Sumber Data	16
C. Metode Pengumpulan Data	16
D. Desain Pengambilan Sampel	17
1. Populasi Dan Sampel	17
2. Tehnik Sampling	17
E. Metode Analisis Data	18
1. Uji Instrumen	18
2. Uji Asumsi Klasik.....	19
3. Uji Hipotesis	20
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	23
A. Sejarah Singkat	23
B. Analisis Deskripsi.....	24
1. Karakteristik Responden	24
C. Analisa Data	25
1. Uji Validitas Dan Reabilitas.....	25
2. Uji Asumsi Klasik.....	28
3. Regresi Linear Berganda	32
4. Uji Hipotesis	33
D. Pembahasan.....	37

BAB V PENUTUP.....	42
A. Kesimpulan	42
B. Keterbatasan Penelitian	43
C. Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN	46

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	10
Gambar 4.1 Gambaran Elemen Ekuitas Merk	32

Daftar Tabel

Tabel 4.1 Hasil Deskripsi Jenis Kelamin Responden	24
Tabel 4.2 Hasil Deskripsi Usia Responden	25
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas	26
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	28
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	29
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas dengan VIF	30
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Glejser	31
Tabel 4.8 Hasil Uji Analisis Linear Berganda	32
Tabel 4.9 Hasil Uji t	34
Tabel 4.10 Hasil Uji F	36
Tabel 4.11 Hasil Uji R^2	37